



A Comunicação Social no Exército

Leandro Acácio Esrael do Carmo*

Adjunto da Seção de Produção e Divulgação do CCOMSEx em 1993, quando o artigo foi produzido, o autor ocupa-se em divulgar a estrutura organizacional da comunicação social no Exército e esclarecer sobre seus propósitos e evolução.

O homem, ser gregário por natureza, desde eras remotas reúne-se em grupos, organizações e instituições, que são identificadas em função dos objetivos propostos e dos estímulos recebidos. Esse hábito ampliou-se com o extraordinário desenvolvimento adquirido pelos meios de comunicação e, nesse contexto, o papel desempenhado pela imprensa¹ na influência de públicos adquiriu contornos cada vez mais expressi-

vos e específicos. A isso deve ser acrescentado o desenvolvimento de técnicas de marketing, ocorrido mais recentemente e abrangendo a propaganda e a publicidade, divulgadas sob formas as mais criativas.

Esse cenário terá que ser considerado por quem se disponha a compreender o comportamento da sociedade, a partir de suas respostas à carga de informações que lhe é impingida de todas as maneiras possíveis e imagináveis.

Para os estudiosos da arte de influenciar o comportamento humano, individual e coletivo, a atuação do todo poderoso ministro da

* Coronel do Exército.

1. Ai genericamente incluída a veiculação de notícias por meios gráficos, radiofônicos e televisivos.

Informação do III Reich, Joseph Goebbels, representou um fenômeno. Repetindo mil vezes mentiras grosseiras, esse "gênio" da comunicação conseguiu, com habilidade inquestionável, legitimar a maior barbárie já cometida na história da humanidade: o holocausto, no qual milhões de seres humanos pereceram sem que tal crime chegasse — à época em que foi perpetrado — a traumatizar a população alemã, a qual, praticamente, ignorava a magnitude desse ato ensandecido.

“Mudada a conjuntura, ficou evidente a necessidade de a Força Terrestre interagir, metódica e diligentemente, com a sociedade, a despeito da boa imagem que sempre desfrutou.”

Hoje, com a confirmação das teorias de Marshall McLuhan,² a manipulação da informação representa um perigo muito mais significativo.

O estamento militar, pelo que representa em relação ao que há de mais substancial em uma sociedade, ou seja, a sua preservação, e, até, pelo seu caráter de instituição nacional e permanente, deve identificar-se com os sentimentos populares, saber interpretar suas aspirações e contribuir para a consecução de seus desígnios. É aí, que se insere a importância do segmento de comunicação social da expressão militar do poder nacional, à medida que decodifica esses pressupostos para a eles ajustar-se.

EVOLUÇÃO

O término da Segunda Guerra Mundial, da qual o Brasil participou com uma Divisão de Infantaria, integrando as forças aliadas, ensejou uma série de mudanças no Exército Brasileiro, que passou a adaptar sua organização e sua doutrina de emprego, inspiradas pela Missão Militar Francesa, à escola norte-americana. Por outro lado, o término do governo Vargas, instalado com a vitória da Revolução de 1930, proporcionou uma atmosfera de maior liberdade ao País, fruto da Constituição de 1946, o que repercutiu nas relações do Exército com a sociedade.

Tais fatos certamente conduziram à modificação da estrutura organizacional da Força Terrestre, começando pelo principal órgão de assessoramento do ministro: seu gabinete. Em julho de 1951, foi introduzida, no então Gabinete do Ministro da Guerra, uma divisão de relações públicas. Preenchia-se, assim, no mais alto nível decisório da Força, a lacuna de “auscultar, analisar e interpretar as tendências da opinião pública, por todos os meios possíveis, no que se refere aos seus reflexos sobre o Exército”, atribuição explicitada no regulamento à época vigente para a recém-criada divisão.

Mudada a conjuntura, ficou evidente a necessidade de a Força Terrestre interagir, metódica e diligentemente, com a sociedade, a despeito da boa imagem que sempre desfrutou.

Conseqüentemente, esse importante componente, ligado inicialmente apenas a relações públicas, foi sendo aperfeiçoado para melhor cumprir sua finalidade, em função das

2. O mundo transformado em aldeia global.

modificações conjunturais. Dessa forma, a divisão evoluiu para serviço, em 1962; comissão diretora, em 1964; centro, em 1971; e assessoria, em 1975. Todos esses órgãos, como acontece com a atividade de relações públicas, estavam inseridos no maior escalão de assessoramento do comandante da Força Terrestre, implicando ação direta e oportuna deste.

O surgimento de um conceito mais abrangente, a comunicação social, englobando as relações públicas, a ação comunitária e as operações psicológicas, indicava, ao final dos anos setenta, a criação de novo órgão, a ser dotado de estrutura mais adequada à nova sociedade do País e aos novos meios de comunicação.

Estudos criteriosos mandados proceder pela alta administração da Força conduziram à criação do atual Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), efetivada em 24 de março de 1981. Evidentemente, o CCOMSEx nascia sob a influência do processo de deliberação do regime instalado em março de 1964. Vigia, no Brasil, o último governo chefiado por um militar, eleito pelo Congresso Nacional. O Ato Institucional nº 5, expressivo instrumento revolucionário, havia sido revogado. A Lei de Anistia facultava o retorno de líderes, ativistas e prosélitos políticos, banidos pelo envolvimento em oposição violenta ao regime.

Impõe-se esclarecer, contudo, que a Revolução já tinha cumprido o seu objetivo de restituir o País à normalidade democrática. Vale ressaltar, também, que nos governos revolucionários, a Presidência da República, por intermédio de sua assessoria de relações públicas, avocava a si grande parte do trabalho de comunicação social que, de outra forma, estaria afeto aos ministérios militares.

Dentre as várias competências consignadas no primeiro Regimento Interno do CCOMSEx, destacavam-se as de "planejar, promover e coordenar as atividades de comunicação social do Ministério do Exército, nos campos de relações públicas, operações psicológicas, ação comunitária e assuntos de governo" e "desenvolver ações e atividades de comunicação social voltadas para os públicos interno e externo que visem a manutenção e o fortalecimento da coesão, do moral e da verdadeira imagem do Exército".

Apenas duas seções, nessa oportunidade, estavam voltadas para o cumprimento da atividade-fim do órgão: a de operações e a de relações públicas. Nesta mais de década de história, o CCOMSEx vem sofrendo várias modificações em sua estrutura organizacional, com vistas a melhor adequar-se ao cumprimento de sua missão. Novas seções foram introduzidas e, posteriormente, reorganizadas, em virtude dos *inputs* recebidos do público interno e da sociedade, o que caracteriza o perfil dinâmico assumido pela comunicação social praticada no Ministério do Exército.

SITUAÇÃO ATUAL

A missão do CCOMSEx

Dotado de moderna estrutura e com atribuições redimensionadas e consentâneas às solicitações recebidas do público externo, o CCOMSEx, hoje, vem respondendo afirmativamente aos reptos que se lhe apresentam. Os questionamentos, levantados continuamente por setores representativos da sociedade, via de regra pouco informados, obrigam o órgão de comunicação social a desdo-

brar-se na tarefa ingente de convencer os segmentos mais renitentes da necessidade da alocação às Forças Armadas e, por extensão, ao Exército, dos meios necessários ao cumprimento de sua missão constitucional. Esta, no Brasil, diz respeito à defesa da Pátria, à garantia dos poderes constitucionais, da lei e da ordem.

A par disso, existe a vertente do Centro voltada para o interior da Força, sempre ávido por esclarecimento e informação. Isso ocorre em virtude de a imprensa estender sua ação, as vezes deletéria, ao público interno, não obstante o esforço desenvolvido pela cadeia de comando, no sentido de expurgar das notícias o seu componente fantasioso.

Restrito em pessoal, equipamentos e recursos financeiros, o CCOMSEx não pode competir com o poder de persuasão das redes de televisão ou dos jornais de circulação nacional. Entretanto, o compromisso com a verdade, ao permear as informações emitidas pelo Centro, conferem-lhe a credibilidade necessária ao cumprimento de sua missão. Tal condicionante naturalmente catalisa a atuação do Centro junto ao público interno.

O Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx)

Para melhor compreender o papel desempenhado pelo CCOMSEx, impõe-se considerá-lo inserido no Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx), constituído para dar maior efetividade à prática da comunicação social na Força Terrestre. De fato, o Exército vem procurando adaptar sua organização básica à concepção sistêmica, que privilegia as ligações funcionais — o canal técnico — prioritárias, porém realiza-

das sem prejuízo das ligações hierárquicas — o canal de comando — obrigatórias. A implantação de configuração sistêmica à comunicação social justifica-se plenamente pela capilaridade já existente, na qual cada organização militar isolada, por menor que seja, dispõe de um elemento de comunicação social. Essa atividade, para ser eficiente, deve ser ampla, abrangente e oportuna. É na cúpula do SISCOMSEx que se situa o CCOMSEx, emitindo os estímulos que impulsionam e motivam o Sistema. Este reage, executando ações, cujos resultados retornam para serem avaliados por aquele.

A rotina de trabalho do CCOMSEx

Com vistas ao cumprimento de sua destinação, o CCOMSEx encontra-se estruturado em cinco seções — uma ligada à atividade-meio — que, integradas, conduzem as suas atividades. A análise de per si de competência das seções faculta a compreensão do encaminhamento, pelo Centro, das questões ligadas à comunicação social do Exército.

O “cérebro” do Centro, e “cabeça” do SISCOMSEx, é a Seção de Planejamento (Sec Plj) do CCOMSEx que, seguindo diretrizes da Chefia, orienta o trabalho das outras seções. Dela partem as linhas mestras que irão balizar as ações a serem implantadas e desenvolvidas dentro do Sistema.

A organização interna da Sec Plj assumiu configuração flexível, de modo a incluir elementos de outros órgãos da alta administração do Exército, a fim de melhor desempenhar-se de seu papel técnico-normativo. Periodicamente, a Seção debruça-se na análise criteriosa da conjuntura, capatando as

tendências e as implicações, para a Força, que poderão resultar do desfecho de determinados *affairs* em evolução. No curso desse trabalho, são delimitados os cenários em cujo espaço poderá atuar a Instituição. Em função da análise prospectiva levada a efeito e do raio de ação permitido, são vislumbradas estratégias de atuação com a especificação das ações a realizar pelas demais seções e por componentes do Sistema, que possibilitem antecipar-se ao impacto de conseqüências indesejáveis, passíveis de macular a credibilidade da Instituição e a de seus integrantes.

Para exemplificar, recentemente, o efeito de denúncia de corrupção ocorrida em uma organização militar do Exército, divulgada com estardalhaço por importante órgão de imprensa, foi esvaziado pela ação oportuna e incisiva do Centro, mercê de eficiente avaliação realizada pela Sec Plj. A postura ativa do CCOMSEx, adotada em razão desse episódio, surpreendeu tantos quantos estavam acostumados à "colocação da fechadura, depois de a porta ter sido aberta". Essa norma de conduta mais agressiva, posta em prática pela atual chefia do Centro, certamente norteará seus procedimentos futuros.

O sensor que capta os influxos tanto do público externo, quanto, principalmente, do público interno, é a Seção de Relações Públicas (Sec RP). Para esta seção converge a volumosa correspondência diária encaminhada ao Ministro do Exército, com pleitos, colocações e críticas, abordando temas os mais variados. Esse afluxo de informações é depurado, e dá origem a um relatório de insatisfações, com vistas a detectar possíveis problemas que estejam incidindo em setores específicos da Força. A resposta a cada missiva recebida mantém e reforça as ligações já existentes.

A interação com o público externo constitui atribuição precípua da Seção de Imprensa (Sec Impr), à medida que esta franqueia as portas da Instituição à mídia impressa e eletrônica. Esse trabalho é feito pelo contato diário com jornalistas dos principais órgãos de imprensa credenciados junto ao Ministério do Exército, pela organização de entrevistas coletivas do Ministro e do chefe do CCOMSEx e pela emissão de notas oficiais, quando o assunto assim o requerer.

O braço executor do CCOMSEx é a Seção de Produção e Divulgação (Sec Prod Div). Nela são elaborados os veículos de comunicação social do Centro. Evidentemente, a Seção executa sua tarefa com base no programa de trabalho de CCOMSEx, editado anualmente pela Sec Plj, com fulcro no plano de comunicação social do Exército (Pl Com S Ex) e em diretrizes ministeriais. Nesse plano são cristalizados os objetivos propostos para os trabalhos desenvolvidos pelo CCOMSEx, naturalmente condicionados por premissas básicas que permearão as atividades de comunicação social desenvolvidas para o ano de 1993. Dentre estas se destacam as de: "ênfase a missão constitucional das Forças Armadas, conscientizando a sociedade brasileira quanto ao verdadeiro papel e adequação da dimensão do Exército Brasileiro, em face das imposições da defesa nacional", e "difundir a imagem profissional do Exército, presente em todo o território nacional, dedicado à sua atividade-fim e co-participante do desenvolvimento nacional".

Além disso, a consecução dos objetivos propostos é norteadada pela fixação de uma idéia-força que impregna todos os trabalhos elaborados pela Sec Prod Div. O dístico "EXÉRCITO FORTE, NAÇÃO SOBERANA" materializa o enfoque que deve ser repassado em todos os trabalhos produzidos.

Na Sec Prod Div são produzidos veículos de comunicação que se enquadram nas mídias impressa e eletrônica. O mais antigo e tradicional instrumento de divulgação, que antecede, em muito, a criação do CCOMSEx, é o Noticiário do Exército, distribuído diariamente a todas as Organizações Militares (OM). O NE, como é tradicionalmente conhecido, divulga as atividades das OM que estejam consentâneas aos fins propostos para a comunicação social do Exército. A par essa missão principal, o NE publica atos oficiais de interesse para o público interno e veicula pronunciamentos do Ministro e de altos chefes militares, que refletem a palavra oficial da Força sobre assuntos relevantes.

Matérias que contenham informações mais densas, duradouras e passíveis de incluir ilustrações atraentes, são preferencialmente publicadas na revista *Verde-Oliva*, criada em 1973.

Por outro lado, temas que primem pela importância, pela objetividade e pela urgência são divulgados no documento chamado Informativo do Ministério do Exército (INFORMEx), expedido, dependendo da difusão desejada, para todas as OM do Exército Brasileiro, localizadas no Brasil e no exterior.

A Sec Prod Div também propõe, periodicamente, a elaboração de cartazes, com a materialização da idéia-força que, "como um grito na parede", procuram transmitir a mensagem desejada.

No que concerne à mídia eletrônica, destacam-se os filmetes institucionais, inteiramente idealizados e produzidos na Sec Prod Div e veiculados nas emissoras de televisão em todo o País. Estes têm a duração de 30 segundos, abordando temas previstos no programa de trabalho do CCOMSEx e, ao mes-

mo tempo em que divulgam as atividades da Instituição, informam o público-alvo sobre assuntos de interesse, e contribuem para despertar o civismo, evocar fatos e vultos históricos e fortalecer o moral nacional.

Outro importante veículo produzido, que desperta grande interesse, particularmente junto ao público interno, é a Vídeo-Revista do Exército (VRE), que quadrimestralmente, retrata, em fitas de videocassete, matérias colhidas durante a realização de eventos dignos de destaque.

Assuntos externos diversos são registrados em módulos de vídeo-teipe (MVT), que permanecem no CCOMSEx à disposição dos interessados.

Projetos de Comunicação Social

Ao cumprir sua missão como órgão central do SISCOMSEx, o CCOMSEx privilegia setores específicos dos públicos interno e externo, destinando-lhes projetos especiais, cuja condução está afeta aos órgãos da alta administração do Exército e aos Comandos Militares de Área.

Para que o propósito de cada projeto seja perfeitamente captado pelos elementos interessados, o CCOMSEx, por intermédio do PI com S Ex, define e analisa o público-alvo; elege os objetivos da ação de Comunicação Social; levanta as linhas de persuasão possíveis; especifica as idéias-força; e, finalmente, seleciona os instrumentos de comunicação mais suscetíveis de serem utilizados para atingir o público-alvo considerado. A elasticidade e a flexibilidade na escolha de tais instrumentos permitem situá-los em amplo espectro, que vai do exercício contínuo e eficaz

da ação de comando³ à inserção de matérias de interesse do público-alvo visado em um dos veículos de comunicação social produzidos pelo CCOMSEx.

Vale ressaltar que a seleção dos instrumentos a empregar no público-alvo considerado, em face de cada situação, depende dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis e do tempo em que se pretenda atingir os fins colimados.

Na atual conjuntura, os públicos específicos prioritários, aí considerados o interno e o externo, abrangidos pelos projetos em vigor, compreendem: oficiais superiores da ativa; subtenentes e sargentos da ativa; servidores civis do Ministério do Exército; conscritos; oficiais da reserva; dependentes de militares da ativa; órgãos de imprensa; estudantes universitários; e políticos. A ênfase a ser atribuída a cada um desses públicos-alvo varia, naturalmente, ao sabor da evolução conjuntural.

O Controle do SISCOMSEx

A realimentação do SISCOMSEx, sem prejuízo da utilização oportuna de todos os meios de comunicação disponíveis, é realizada por meio do Sumário de Comunicação Social e da Ficha de Informação de Pronto Interesse (FIPIS).

O Sumário de Comunicação Social é um documento elaborado semestralmente, destinado a acompanhar a execução de cada projeto, no mais alto nível de comando e chefia, consolidando as informações oriundas dos escalões subordinados. Por intermédio desse

documento, o CCOMSEx mantém o Ministro informado acerca da evolução dos projetos; da realização de atividades complementares e das insatisfações do público interno; divulga as atividades e realizações do Sistema; e, pelo exame das dificuldades encontradas, dos resultados alcançados e das sugestões enviadas, aperfeiçoa e recicla a ação do Sistema.

Quando o fato exige o conhecimento imediato do órgão central do SISCOMSEx, o elemento envolvido vale-se da FIPIS, que percorre os canais técnico — mais ágil — e de comando, simultaneamente, o que faculta ao CCOMSEx tomar, com oportunidade, as providências necessárias.

PERSPECTIVAS

É lícito vislumbrar, em decorrência da situação atual, que as perspectivas para o futuro da comunicação social no Exército Brasileiro são alentadoras. A evolução passa, em primeiro lugar, pelo empenho do órgão condutor da atividade, o CCOMSEx, de, cada vez em maior grau e com maior eficácia, amoldar-se aos ditames da conjuntura, não só no sistema Exército, mas também nos sistemas envolventes, militar e nacional.

Côncio do constante aperfeiçoamento dos meios de comunicação, que gera a instantaneidade da informação, o CCOMSEx dirige suas atenções para os públicos-alvo de interesse para o SISCOMSEx. Cada vez com maior intensidade e eficiência, a ação de comunicação social deve sensibilizar aqueles que estejam suscetíveis ao bombardeio de

3. Atribuição dos comandantes em todos os escalões.

informações proporcionado pela mídia. Não obstante a execução de uma comunicação social eficaz exigir o aporte de vultosos recursos financeiros — possibilidade de difícil concretização a curto e médio prazos, em virtude das restrições ao orçamento do Exército — a otimização, pela racionalização do emprego dos meios disponíveis balizará a execução de todas as ações.

Impõe-se atribuir prioridade absoluta ao aprimoramento dos recursos humanos, representada pelo envio de oficiais ao exterior para a realização de cursos, a frequência à estágios e a participação em simpósios e conferências, com vistas à formação de uma massa crítica que enseje o aperfeiçoamento dos trabalhos de comunicação social. Ainda concorrendo para a consecução desse fim, reside a introdução ou o aumento substancial, no currículo das escolas de formação, especialização, aperfeiçoamento e altos estudos militares do Exército Brasileiro, da matéria Comunicação Social, fomentadora da necessária mentalidade, fundamental para a motivação da Força, em relação à importância do assunto.

Seguindo esta linha de raciocínio, existe a tendência de se permitir, no futuro, o ingresso no Quadro Complementar de Oficiais de profissionais de comunicação social — das áreas de publicidade e relações públicas — que, uma vez formados oficiais, na Escola de Administração do Exército, seriam classificados no CCOMSEx e nas 5ª Seções dos Comandos Militares de Área, com a finalidade de reduzir a distância existente entre a concepção castrense de comunicação social — rígida, hierarquizada e, portanto, inibidora da criatividade — e a concepção dos profissionais da área. Naturalmente, os princípios da ética, que presidem toda e qualquer ativi-

dade militar, não podem ser transgredidos, sob pena de comprometer a credibilidade da Instituição. O que importa, em última instância, é a adoção de uma postura mais profissional de tantos quantos se disponham a fazer comunicação social no Exército.

Transitando dos recursos humanos para os materiais, há que se contar com equipamentos de última geração, em condições de produzir veículos atraentes, que pouco ou nada fiquem a dever aos produzidos pela iniciativa privada. Não se trata de concorrer com esta, mas de não permitir que se amplie a natural defasagem tecnológica do material produzido pelo SISCOMSEx, a ponto de comprometer a consecução dos efeitos desejados. Por via de consequência, atuação mais agressiva em busca da interação com órgãos de comunicação de massa deverá ser adotada, de sorte a permitir a ocupação de espaços cada vez mais significativos nas mídias impressa e eletrônica. Esse acesso será tanto mais facilitado, quanto maior for a disposição e a capacidade dos integrantes do SISCOMSEx em conquistá-lo e mantê-lo.

Não há dúvidas de que o Exército será cobrado pela sociedade, preocupada com a capacitação da Força Terrestre para o cumprimento de sua missão constitucional e com o emprego judicioso dos recursos a ela alocados, à medida que melhorarem o nível dos indicadores sociais e a qualidade de vida do povo brasileiro, tendência natural e irreversível, a despeito das dificuldades atuais. O Exército e, por extensão, as Forças Armadas brasileiras, não podem ficar alijadas ou a reboque desse processo evolutivo que certamente empolgará toda a sociedade. Daí, a imposição de os elementos de comunicação social do Exército estarem preparados para enfrentar e vencer este instigante desafio. □